

2008年，中國知名搖滾樂隊痛仰樂隊發布專輯《不要停止我的音樂》，轉眼十幾年，專輯名字在今時今日再度叫響，抒發着眾多年輕人聽覺方面火熱的渴望。音樂，已是當代年輕人生活不可分割的一部分，愈來愈多聽眾領略到音樂也有「身臨其境」的魅力，啟程奔赴一場場現場音樂演出。

文：黃依江

隨着音樂節、Livehouse（小型室內演出場館）及音樂綜藝節目的湧現，更多新生獨立音樂人得到展示和發展的機會，一些老牌樂隊也收穫大批新生代粉絲，原創音樂在市場擁抱之下，變得熠熠生輝。

早前的「五一小長假」，內地共有20幾

個戶外音樂節接踵而至，覆蓋不同城市，引發樂迷們奔波趕赴的狂歡。這並非音樂節的首次「井噴」，早在去年疫情剛剛平息的國慶假期，全國共計舉辦了20餘場音樂節，演出場次超4,000場，比2019年增長130%。參與戶外音樂節已成為年輕人假日出行和社交娛樂的流行選項。

唱響原創作品



■南京草莓音樂節的藝術裝置「大黃鴨」。

聯動新文旅元素

今年全球疫情限制，基本無法邀請外國樂隊及歌手來到國內演出，因此，各地音樂節陣容難免出現趨同的尷尬，但這並不意味着觀感的同質化。許多品牌的音樂節，都創新性地在演出之餘，加入新的文旅元素，令音樂節的質感蛻變升級。

內地最大獨立唱片公司摩登天空旗下的草莓音樂節，自2009年創辦至今，已覆蓋33個城市，為廣大樂迷所熟知。草莓音樂節今年以「RE」（意指從頭再來）為主題，在活動現場加入主題社區，以潮流藝術、獨立文化、新消費場景等角度呈現出多元的音樂節現場體驗。比如在上海草莓音樂節的現場，摩登天空就將當地藝術家、設計師的藝術裝置、潮牌Pop-up Store、精品咖啡、特色餐飲等帶到音樂現場，令音樂節成為具有城市當地特色、有溫度的青年文化盛會。

■草莓音樂節今年現場的藝術裝置很有趣味。



戶外音樂節疫後回歸

舉辦音樂節現在已不是一線城市專屬盛事，現在選址覆蓋更多二三線城市，如濟南、濱州、淄博、洛陽、焦作、邯鄲、常州等等。除了老牌音樂節迷笛、草莓音樂節外，新興品牌戶外音樂節也爭相迸發活力，如星巢秘境音樂節、咪豆音樂節、麻椒音樂節等，儘管開辦時間不長，但



■強大的燈光效果牽動着觀眾情緒。

以每年一度的精彩呈現，逐漸做出專屬自己的特色，為現場音樂行業注入新力量，亦為眾多音樂人帶來更多演出機會。

在陣容方面，除了崔健、許巍等老牌搖滾歌手，以及近年內參加音樂綜藝節目而爆紅的樂隊之外，不少鮮為人知的獨立音樂人或是新生樂隊，也在音樂節的舞台上獲得了更多曝光與流量，有機會成為被觀眾發現和留意的「寶藏」，甚至在未來走向更高的平台。

在5月溫煦的氣溫下，觀眾全情投入，放鬆自在的氛圍之中，上千樂迷High翻，為喜愛樂隊或歌手搖頭吶喊，或是為眾人合唱的激情而動容落淚，在任何音樂節的場地，現場音樂的魅力與感染力總是能夠最大程度地迸發。



樂迷High翻

Livehouse起源於日本，是專門進行室內音樂演出的場館，儘管面積不及體育館等大型場館，但因為配備有專業的音樂器材、音響等設備，Livehouse的演出效果勝過駐唱酒吧更多。而比較小型的空間又使得觀眾與演出者距離拉近，因此有時演出氛圍會比在大型體育館演出更好。近幾年在中國，Livehouse也遍地開花，像北京、上海、廣州這樣的大城市則有不止一個。此外，更出現「MAO」做出自己品牌的Livehouse，從2007年創辦至今在不同城市拓展連鎖化經營，現已覆蓋北京、上海、杭州、成都等9個城市。

不少知名獨立音樂人及樂隊，都是承蒙Livehouse孵化才逐漸成長壯大。比如廣州的191 Space、Tu凸空間、SD Livehouse、廟色唇等Livehouse，均是由一眾音樂人創立，他們秉持「扶持本土獨立樂隊」的目標，不計代價地支持本土獨立樂隊乃至初創型樂隊，給予他們演出的機會，才令許多不為大眾所知的樂隊嶄露鋒芒。

Livehouse孕育音樂人



■SD Livehouse舉辦的Hip-hop演出。

■每年的草莓音樂節均吸引大批年輕人參與。